

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

FRANCISCO DE ASSIS SILVA OLIVEIRA

**O TECIDO ECONÔMICO DA MODA:
ECONOMIA DA CULTURA, PENSAMENTO ECONÔMICO E POLÍTICAS
PÚBLICAS**

Porto Alegre

2015

FRANCISCO DE ASSIS SILVA OLIVEIRA

**O TECIDO ECONÔMICO DA MODA:
ECONOMIA DA CULTURA, PENSAMENTO ECONÔMICO E POLÍTICAS
PÚBLICAS**

Trabalho de conclusão apresentado ao curso de graduação em Economia, da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Dr. Leandro Valiati

Porto Alegre

2015

CIP - Catalogação na Publicação

Oliveira, Francisco de A. S.

O tecido econômico da moda: economia da cultura, pensamento econômico e políticas públicas / Francisco de A. S. Oliveira. -- 2015.

47 f.

Orientador: Leandro Valiati.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Curso de Ciências Econômicas, Porto Alegre, BR-RS, 2015.

1. Economia da cultura. 2. Cultura. 3. Moda. 4. Políticas públicas. 5. Trocas simbólicas. I. Valiati, Leandro, orient. II. Título.

FRANCISCO DE ASSIS SILVA OLIVEIRA

**O TECIDO ECONÔMICO DA MODA:
ECONOMIA DA CULTURA, PENSAMENTO ECONÔMICO E POLÍTICAS
PÚBLICAS**

Trabalho de conclusão apresentado ao curso de graduação em Economia, da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Aprovado em 23 de junho de 2015.

Prof. Dr. Leandro Valiati - Orientador
UFRGS

Prof. Dr. Stefano Florissi
UFRGS

Prof. Dr. Júlio César de Oliveira
UFRGS

RESUMO

O presente trabalho busca contextualizar os elementos disponíveis ao estudo da moda enquanto manifestação econômica e cultural. Nesse sentido, deu-se ênfase ao resgate do pensamento econômico existente sobre moda, economia e cultura em ciência econômica e em abordagens interdisciplinares a partir de suas intersecções. Para cada intersecção, o pensamento de um autor serviu como guia: moda e cultura com o filósofo e sociólogo Gilles Lipovetsky, cultura e economia com o economista e sociólogo Thorstein Veblen, economia e moda com o antropólogo e sociólogo Pierre Bourdieu. Além de uma revisão teórica para esses temas, o trabalho também o fez para estabelecer noções conceituais para a Economia da Cultura e para políticas públicas culturais, buscando posteriormente analisar o cenário destas para a moda.

Palavras- chave: Economia da Cultura. Cultura. Moda. Políticas Públicas. Trocas Simbólicas.

ABSTRACT

This study aims to contextualize the information available to the fashion study as an economic and cultural manifestation. In this regard, emphasis was given to the rescue of the existing economic thinking about fashion, economy and culture in economics and interdisciplinary approaches from their intersections. For each intersection, the thought of an author served as a guide: fashion and culture with the philosopher and sociologist Gilles Lipovetsky, culture and economics with the economist and sociologist Thorstein Veblen, economics and fashion with the anthropologist and sociologist Pierre Bourdieu. In addition to a theoretical revision to these issues, this work also established conceptual notions for the Cultural Economics and cultural policies, then analyzing the scenario of cultural policies for fashion.

Keywords: Cultural Economics. Culture. Fashion. Public Policy. Symbolic exchanges.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: QUANTIDADE TOTAL DE PROJETOS E VALORES CAPTADOS LEI ROUANET (2010 A 2015).....	40
TABELA 2: QUANTIDADE DE PROJETOS E VALORES CAPTADOS NO SEGMENTO MODA DA LEI ROUANET (2010 A 2015).....	40

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1 CONCEITOS E TEORIAS SOBRE ECONOMIA E CULTURA.....	10
1.1 NOÇÕES DE CULTURA PARA A ECONOMIA DA CULTURA	10
1.2 A CULTURA EM BENS, SERVIÇOS E INDÚSTRIA	13
1.3 MODA É CULTURA? MODA É ECONOMIA?	16
2 TECIDO ECONÔMICO DA MODA	18
2.1 LIPOVETSKY, BREVE CONTEXTO HISTÓRICO DA MODA	18
2.1.1 Conservadorismo.....	18
2.1.2 Mais uma vez a burguesia	19
2.1.3 Cem anos	21
2.1.4 Revolução democrática	22
2.2 VEBLEN, O COSTUREIRO	23
2.3 BOURDIEU, ECONOMISTA DOS BENS SIMBÓLICOS.....	28
3 A COSTURA INVISÍVEL: MODA E POLÍTICAS PÚBLICAS	33
3.1 POLÍTICAS PÚBLICAS DE INCENTIVO À CULTURA	33
3.2 O CENÁRIO DE POLÍTICAS PÚBLICAS RELACIONADAS À MODA..	36
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
REFERÊNCIAS	43

INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca o ponto de partida para o estudo da moda enquanto manifestação econômica e cultural. Enfatizou-se o resgate do pensamento econômico existente sobre moda, economia e cultura; tanto na produção intelectual em ciência econômica, quanto em abordagens de outras ciências humanas, principalmente sociológicas, antropológicas e históricas.

A moda não pertence a todas as épocas nem esteve presente em todas as civilizações, sublinha Gilles Lipovetsky em *O Império do Efêmero: a moda e seus destinos nas sociedades modernas*. Ela é um processo inseparável do nascer e do desenvolver de um mundo moderno ocidental, capaz de representar e resumir em si o espírito de um tempo e proporcionar a fotografia de uma determinada sociedade. Pautada por uma lógica do efêmero e da fantasia estética, traduz-se em veículo de distinção social, instrumento de democratização e mecanismo propulsor da autonomia às singularidades.

Apesar da complexidade da moda enquanto fenômeno, assunto por si só instigante, foi a primeira sentença na obra de Lipovetsky que serviu de inspiração para o presente trabalho: “A questão da moda não faz furor no mundo intelectual.”¹. Isso se dá, segundo o autor, por sermos informados em excesso a partir de crônicas jornalísticas, mas atrofiados no que se refere à compreensão histórica e social do fenômeno. A moda não aparece enquanto questionamento teórico e não gera problematizações hipotéticas que fomentem o debate e construção intelectual da área.

Lipovetsky reconhece a riqueza bibliográfica e iconográfica existente em inúmeras obras consagradas ao assunto. São elas primorosas histórias do vestuário, monografias acerca de ofícios e criadores de moda, trabalhos que se debruçaram sobre dados estatísticos para analisar produção e consumo ou ainda trabalhos sobre a variação de gostos e de estilos, a partir de viés sociológico e histórico.

Entretanto, tal riqueza de produção acadêmica não deve cobrir a visão para o principal: existe uma profunda crise, considerada por ele em grande parte inconsciente, quanto à compreensão global do fenômeno.

Em relação à metodologia adotada, revisou-se a bibliografia sobre Economia da Cultura e políticas públicas culturais. Três obras-chave ao estudo da moda foram

¹ LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 9.

aprofundadas: *O Império do Efêmero: a moda e seus destinos nas sociedades modernas*, de Gilles Lipovetsky, citada anteriormente; *The Theory of the Leisure Class*, de Thorstein Veblen; e *A economia das trocas simbólicas*, de Pierre Bourdieu. Para desenvolver uma leitura do cenário atual de políticas públicas destinadas à moda, sites institucionais serviram de referência, com destaque para o do Ministério da Cultura.

O primeiro capítulo tem como objetivo trazer conceitos e teorias sobre Economia da Cultura. Assim, inicia-se com noções de cultura e, na sequência, revisa-se a literatura sobre bens e serviços culturais, além da indústria cultural. Ainda, não com o intuito de responder, mas de apresentar o desafio e consequências ao se delimitar o estudo da moda, provocou-se o questionamento: moda é cultura? Moda é economia?

O segundo capítulo visa, em cada uma das três sessões, o aprofundamento de uma das três obras-chave ao estudo da moda, mencionadas anteriormente. A primeira parte contextualiza brevemente as principais mudanças na história da moda, de acordo com Lipovetsky, tendo em vista quatro elementos: a quebra do conservadorismo, o papel da burguesia e consequentes mudanças institucionais, o período caracterizado como moda de cem anos e o momento de ruptura que permitiu sua democratização. A segunda parte aborda o pensamento econômico de Veblen sobre a moda, tendo como início a teoria do consumo conspicuo. Já a terceira parte traz o mecanismo de distinção de Bourdieu, variável endógena ao fenômeno da moda.

No terceiro capítulo, finalmente, há uma revisão da bibliografia sobre políticas públicas na área de cultura para entendimento de sua origem e da importância do papel do Estado. Em seguida, busca-se fotografar o atual cenário das políticas públicas que impactam a moda.

1 CONCEITOS E TEORIAS SOBRE ECONOMIA E CULTURA

1.1 NOÇÕES DE CULTURA PARA A ECONOMIA DA CULTURA

A literatura existente sobre Economia da Cultura quase sempre tem como premissa a necessidade de definir o que é cultura. Isso se dá porque cultura em si, além de ser um vocábulo utilizado de maneira corriqueira, denota, de acordo com o contexto no qual foi inserido, a posição ideológica ou referencial crítico do indivíduo que a utiliza.

Tendo em vista sua amplitude, o estudo da cultura esteve, historicamente, atrelado às ciências humanas a partir de diversas abordagens e ênfases. Debruçaram-se sobre o debate: sociólogos, antropólogos, filósofos, além de áreas não tão tradicionais, mas a acrescentar novas e importantes facetas ao tema, como a economia, psicologia e semiótica.

O presente trabalho não busca um resgate e avaliação dos diferentes interpretações de cultura em cada uma das áreas, porém é inegável que o estudo em economia estaria empobrecido, para não dizer comprometido, se fossem ignoradas as contribuições de outras ciências humanas.

O antropólogo americano Clifford James Geertz, define na coletânea de ensaios *The Interpretation of Cultures* (1973), que o conceito de cultura adotado em seu trabalho é, em sua essência, semiótico. Isso se dá porque, segundo ele e com base nos escritos de Max Weber, o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu. Assim, assume-se a cultura como sendo essas teias e a sua *análise*, portanto, não como uma ciência experimental em busca de *leis*, mas como uma ciência interpretativa à procura do *significado*.²

A palavra cultura, entretanto, surgiu em um tempo, lugar e circunstância. Throsby (2014), em busca dessa origem, retoma que o sentido inicial está ligada ao cultivo do solo e que, no século XVI, esse sentido literal foi transposto metaforicamente para o cultivo da mente e do intelecto. Assim, até os dias atuais, o principal adjetivo destinado a um indivíduo versado em artes e letras continua sendo o de alguém culto ou cultivado.

Apesar disso, o autor também apresenta que, só a partir do início do século XIX, o termo cultura passou a ser usado em um sentido mais amplo. Este sentido visa descrever algo maior e mais ambicioso como o desenvolvimento intelectual e espiritual da civilização. Uma vez tendo a cultura incorporando funções intelectuais e artísticas, seria um elemento passível

² Tradução presente em GEETZ, Clifford J. *A interpretação das culturas*. 1. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008, grifos nossos.

de diferenciação em relação aos outros processos sociais. Estes, espontânea ou deliberadamente, corroborariam em definições e entendimentos de uma sociedade.

Seguindo uma linha histórica, a cultura enquanto objetivo de estudo em discussões econômicas surge, principalmente, a partir da segunda metade do século XX. Para ser mais preciso, tem-se como marco inicial a publicação em 1966 da obra *Performing Arts: The Economic Dilemma*, por Baumol & Bowen, dando origem ao primeiro estudo empírico dos custos e preços envolvendo a produção de artes performáticas (teatro, dança, ópera e orquestra) e da comparação entre o cenário britânico e o norte-americano no que diz respeito, principalmente, a salário e emprego.

A partir de então, um tópico presente no estudo de Economia da Cultura será a importância da iniciativa privada e do papel do Estado enquanto agentes promotores de políticas culturais; de métodos para incentivo, investimento e financiamento destas iniciativas; do impacto em uma economia de bem-estar social; dentre outros.

Desde sua definição até a atribuição do valor cultural, a cultura está intrinsecamente dependente de uma gama maior de elementos até mesmo para a mensuração de seu valor econômico. Isso se dá a partir do entendimento de que, “Enquanto valor econômico encontra expressão em unidades de moedas que são geradas e mantidas pelos sistemas bancários, valor cultural encontra a sua expressão através de julgamentos coletivos mútuos.”³ Ainda, segundo os autores, os julgamentos coletivos referentes ao valor cultural seriam mensuráveis de formas não-monetárias como aplausos da audiência, opiniões de especialistas, prêmios ou presença de destaque na mídia impressa e televisiva.

Tendo-se em vista que esses julgamentos coletivos são uma maneira de entender o senso de prioridade de uma sociedade, a cultural também é, segundo Feijó (1985), “[...] um elemento da política. Há quem veja a política como um momento de cultura. De qualquer forma, desde que existe política também existe elaboração cultural e uma ação comum em torno dela.”⁴ Também sobre, Throsby (2014, p. 10) argumenta que “Relações e processos culturais também podem ser vistos como existentes dentro de um ambiente econômico e eles mesmos podem ser interpretadas em termos econômicos.”⁵

³ FREY, Bruno; HUTTER, Michael. On the influence of cultural value on economic value. *Revue d'économie politique*, [S.l.], v. 1, 2010, p. 36. Tradução livre de “While economic value finds expression in units of currencies which are generated and maintained by banking systems, cultural value finds expression through mutual, collective judgment procedures.”

⁴ FEIJÓ, Martin C. *O que é política cultural*. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985, p. 10.

⁵ THROSBY, David. Introduction. In: THROSBY, David. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press, 2014, p. 10. Tradução livre de “Cultural relationships and processes can also be seen to exist within an economic environment and can themselves be interpreted in economic terms.”

No Brasil, a atenção maior ao papel da cultura se deu, segundo Feijó (1985), com o advento da República⁶, fruto do então movimento abolicionista. Movimento este que gerou envolvimento da intelectualidade e está relacionado com as transformações pelas quais o Brasil passava em direção a sua inserção no capitalismo internacional.

Tendo em vista que o ambiente de transformações econômicas e políticas envolvendo a cultura encontra lugar especial em cenário favorável ao desenvolvimento, sobre aqueles países considerados subdesenvolvidos nota-se que:

[...] the role of culture in the economic development of the Third World place the cultural traditions and aspirations of poor people into an economic framework, as a means of identifying ways in which their material circumstances can be improved in a manner consistent with cultural integrity. In fact, as the UN World Commission on Culture and Development (1995) has made abundantly clear, the concepts of culture and of development are inextricably intertwined in any society.⁷

O papel da cultura ligada ao desenvolvimento também está presente na obra de Tolila (2007) que ressalta o fato de “A cultura aparece[r] como um dos fatores que entram na economia do conhecimento da mesma maneira que a educação ou a pesquisa científica.”⁸. Dessa forma, também aqui surge o argumento de que a cultura não seria somente uma faceta econômica na representação das sociedades modernas, mas que sua contribuição se relaciona de maneira direta ao desenvolvimento econômico.

Além, o autor destaca quão essencial é, durante a construção de reflexões sobre o tema “[...] nunca perder de vista que os resultados obtidos pelas abordagens econômicas da cultura são contribuições determinantes para o valor e o nível do debate democrático geral sobre a cultura.”⁹.

A Economia da Cultura em si, segundo Florissi (2007), pode ser entendida como uma área da economia que busca analisar, dentre uma gama infinitas possibilidades, qual seria a melhor alocação de recursos em atividades existentes e realizadas por indivíduos com valores comuns a um grupo, tendo em vista o melhor retorno possível.

O estudo econômico da cultura e desenvolvimento recente da área se evidencia em sua importância porque:

A cultura de uma sociedade exerce enormes influências sobre o pensamento econômico e ético, e impõe certos valores sobre quais atividades e comportamentos

⁶ proclamada em 15 de novembro de 1889, pelo Marechal Deodoro da Fonseca.

⁷ THROSBY, David. Introduction. In: THROSBY, David. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press, 2014, p. 10-11.

⁸ TOLILA, Paul. Cultura e desenvolvimento: como a cultura contribui para a economia. In: TOLILA, Paul. *Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas*. São Paulo: Iluminuras, 2007, p. 97.

⁹ ibidem, p. 75.

devem obter maior suporte e destaque, conseguindo então maior importância econômica e social. O revés é também verdadeiro, porque dependendo do estado da economia de um país, sua cultura poderá ter maior ou menor peso em sua vida, seja envolvendo as pessoas em atividades culturais ou somente florescendo sentimentos que fazem com que exista identificação entre os membros desta comunidade.¹⁰

Ressalta-se, finalmente, que tão significativo quanto a definição de conceitos e entendimento das origens de cultura deve ser a sensibilidade com a qual a discussão deve ser conduzida, uma vez que:

Just as shared values provide the basis for cultural identity of various sorts in the world at large, so also in the restricted domain of the intellectual discourse of economics we can interpret the coalescence of schools of thought, whether they be Marxist, Austrian, Keynesian, neoclassical, new classical, old institutional, new institutional or whatever, as a cultural process. However, the impact of culture on the thinking of economists goes further, because the cultural values they inherit or learn have a profound and often unacknowledged influence on their perceptions and attitudes.¹¹

Ou seja, segundo Thorby (2014), valores compartilhados constituem a estrutura básica para a formação de identidade cultural e, sendo as escolas de pensamento econômico também processos culturais, torna-se necessário um distanciamento inicial do economista quando a cultura representar o objeto de estudo. Isso se dá porque ao se herdar ou aprender valores culturais, estes acabam influenciando e incorporando de forma despercebida atitudes e percepções acerca de um tema.

1.2 A CULTURA EM BENS, SERVIÇOS E INDÚSTRIA

De acordo com o *Creative Economy Report 2010*, elaborado pela United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), os bens e serviços culturais possuem em comum três características essenciais: primeiro, sua produção requer criatividade humana; segundo, são veículos de mensagens simbólicas para aqueles que consomem; e terceiro, contém, potencialmente, um nível de propriedade intelectual atribuída ao indivíduo ou grupo que o produziu.

A partir dessa classificação, uma enorme gama de possibilidades se abre para o estudo de Economia da Cultura, dada a heterogeneidade dos itens que contemplam os três critérios.

¹⁰ FLORISSI, S.; VALIATI, L. *Economia da Cultura: Bem-estar econômico e evolução cultural*. 1 ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007, p. 12.

¹¹ THROSBY, David. Introduction. In: THROSBY, David. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press, 2014, p. 08.

São eles bens e produtos culturais desde os mais tradicionais, como apresentações de artes performáticas, obras de arte plásticas e produções literárias; até o que pode ser entendido como a fronteira do conhecimento em termos culturais, que são os *video games* e *softwares*.

Relembrando a necessidade de validação coletiva em sociedade para que bens e serviços possam auferir um valor cultural, bem como o consequente valor econômico, o relatório da UNCTAD também aborda uma definição adicional. Nesta, há enfoque para o tipo de valor personificado ou gerado por esses bens e serviços frente os agentes econômicos. Assim,

[...] these goods and services have cultural value in addition to whatever commercial value they may possess and that this cultural value may not be fully measurable in monetary terms. In other words, cultural activities of various sorts and the goods and services that they produce are valued – both by those who make them and by those who consume them – for social and cultural reason that are likely to complement or transcend a purely economic valuation. The reasons might include aesthetic considerations or the contribution of the activities to community understanding of cultural identity.¹²

Tendo em vista que bens e serviços culturais transcendem o valor econômico, Frey (2005) argumenta que a existência de um mercado aberto funciona como antídoto contra um possível monopólio sobre o gosto artístico, uma vez que não existe unanimidade em relação a formação deste gosto. Ou seja, *de gustibus non est disputandum*¹³.

Ademais, mesmo se fosse estipulada uma avaliação para determinar a qualidade aproximada de determinada obra, o que é defendido pelo exemplo do autor ao afirmar que as óperas de Verdi são melhores do que um seriado televisivo, “[...] deveríamos ter sempre em mente o fato de que julgamentos de valor podem mudar ao longo do tempo: o que foi julgado um lixo inadmissível pode tornar-se aceito por todos, e pode chegar-se a descartar o que um dia foi considerado arte de grande qualidade.”¹⁴.

Assim, uma das grandes vantagens do mercado é que ele permite e incentiva a variedade, não havendo necessidade de uma comissão especial nem de um grupo de *experts* para aprovação dos gostos expressos pelo mercado. Consequentemente, o cenário permite o surgimento de novas ideias que manterão viva a produção artística.

¹² UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development. The Creative Economy Report 2010: Creative economy – a feasible development option. Geneva: United Nations, 2010, p. 5.

¹³ em latim, significa em tradução livre algo como: em matéria de gosto, não existe disputa.

¹⁴ FREY, Bruno. La economía del arte. Colección Estudios Económicos n.18. Barcelona: La Caixa, 2005, p.24. Tradução livre de “deberíamos tener siempre presente el hecho de que los juicios de valor pueden cambiar con el tiempo: aquello que se tenía por basura inadmisibile puede convertirse en arte aceptado por todos, y puede llegar a descartarse lo que se había considerado arte de gran calidad.”

Dadas as características de bens e serviços culturais mencionadas anteriormente, uma das reflexões sobre o comportamento de consumo deste mercado diz respeito às artes terem um caráter viciante:

[...] arts can be further distinguished [...] by [...] being addictive, in the sense that an increase in an individual's present consumption of the arts will increase her future consumption. Such a view can in fact be traced back to Alfred Marshall, who recognized that the taste for "good music" was an acquired taste that would increase over time with exposure.¹⁵

Acompanhando a ótica de consumo, Throsby (1994) refuta a importância de gosto do indivíduo, segundo a visão neoclássica, enquanto elemento explicativo da inclinação a consumir. Segundo ele, a visão neoclássica de gosto como dado e diferindo de alguma maneira sistemática, mas não mensurável entre os indivíduos, não diz nada em particular sobre as artes. Independentemente de serem as artes um vício ou um gosto cultivado, o primeiro passo, não menos relevante, é entender o gosto pelas artes como dependente do consumo passado. Dessa forma, proporciona-se uma explicação plausível para o deslocamento da curva de demanda de longo prazo para a direita.

Assim, na busca por um ponto inicial à existência simultânea de valor econômico e valor cultural, Teixeira (1980) apresenta a impossibilidade de se tratar a existência da indústria cultural antes da Revolução Industrial, no século XVIII, sendo esta uma condição básica, entretanto não suficiente. Isso se dá porque “É necessário acrescentar a esse quadro a existência de uma economia de mercado, isto é, de uma economia baseada no consumo de bens; [...]”¹⁶.

Além da economia de mercado, o autor ainda evidencia a necessidade neste cenário da formação de uma sociedade de consumo, o que somente será verificado a partir da segunda metade do século XIX.

¹⁵ THROSBY, David. The production and consumption of the arts: a view of cultural economics. *Journal of Economic Literature*, [S.l.], v. 32, n. 1, p.1-29, 1994, p. 03.

¹⁶ *ibidem*, p. 10.

1.3 MODA É CULTURA? MODA É ECONOMIA?

A visão atual de moda, democrática e plenamente estabelecida, oculta um fenômeno sobretudo moderno – senão recente – e originado a partir de transformações de mercado no Ocidente que afetaram profundamente a relação de oferta e demanda por consumo.

Tendo-se em vista a impossibilidade de discutir o papel da moda enquanto cultura sem levar em consideração o aspecto mercadológico, como também não é possível um debate sobre a moda na economia sem a ajuda de sociologia e antropologia para abordar a questão cultural, fica evidente a forma dialética com que o tema se comporta quando desenvolvido. E ainda, para ambos casos, sempre surge a necessidade de uma retomada histórica.

Esse mesmo caráter dialético do tema, por sua vez, tornou o estudo de moda pelas ciências humanas um tanto quanto escorregadio para que fossem produzidos artigos, dissertações, teses ou livros com satisfatório aprofundamento e sem que se optasse pelo atalho de investigação via estudo de caso. Poucos também foram os intelectuais que aceitaram o desafio de lidar com a recorrente expansão do assunto para além da própria área de estudo e, conseqüentemente, essa produção intelectual estaria restrita a alguns livros dispersos em diversos setores de uma livraria, longe das prateleiras de moda.

Por isso, não seria demasiado afirmar que **todos** os trabalhos sobre moda que foram produzidos após a publicação em 1987 de *O Império do Efêmero: a moda e seus destinos nas sociedades modernas*, de Gilles Lipovetsky, em algum momento o citarão. Seja através de uma retomada histórica, como será feito no presente trabalho, ou na análise contemporânea de sua conexão com a publicidade e a cultura de mídia, Lipovetsky conseguiu proporcionar um degrau a mais na evolução do tema.

Sob o viés econômico, Gonzalez (2008) aborda que não seria possível trabalhar o tema sem a presença de Thorstein Veblen que, além de vinculado ao seu nome o consumo conspícuo como uma forma de distinção em sociedade, dedicou um capítulo sobre a vestimenta como expressão de cultura pecuniária na obra *The Theory of the Leisure Class*, de 1899. Anteriormente, havia ainda escrito o artigo *A teoria econômica do vestido feminino*, datado de 1894.

Autor de uma das dez mais importantes obras do século XX¹⁷ – *A distinção: crítica social do julgamento* de 1979 –, Pierre Bourdieu contribuiu com a evolução do estudo sobre os mecanismos da moda a partir de sua perspectiva de distinção social e do poder dos bens

¹⁷ Votação realizada em 1998 pela *International Sociological Association*, fundada em 1949 sob orientação da UNESCO (<http://www.isa-sociology.org/>)

simbólicos. Ressalta-se, sobretudo, o artigo *O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia*, de 1974.

Portanto, o presente trabalho não ambiciona responder de maneira aprofundada às perguntas indicadas no subtítulo e sim uma investigação do cenário advindo da aproximação de elementos, bem como a gama de oportunidades possíveis para aqueles que aceitarem o desafio no futuro.

Correndo o risco de ser entendido como raciocínio circular, mas com o intuito de reforçar a importância da observação inicial após serem lançadas as perguntas, durante o desenvolvimento deste trabalho teve-se em mente a complexidade intrínseca ao estudo da moda. Esta pode ser entendida como cultura, dada a contextualização de cultura desenvolvida aqui até o presente momento, mas não se restringe a isso. E, da mesma forma, moda pode ser economia, mas não está suficientemente restrita à esfera econômica para que possa ser satisfatoriamente delimitada.

2 TECIDO ECONÔMICO DA MODA

2.1 LIPOVETSKY, BREVE CONTEXTO HISTÓRICO DA MODA

2.1.1 Conservadorismo

Apesar de estar presente no vocabulário em diferentes lugares e veículos: ruas, publicidade e economia de uma indústria complexa e ramificada; de acordo com Lipovetsky (2009), até meados do século XIX não é possível falar-se de moda. Isso se dá porque, até então, as mudanças históricas no vestuário se deram lentamente e de maneira conservadora, sem denotar individualidade e sem distinções marcantes entre o feminino e o masculino.

O autor refere-se a essa sociedade pré-moda como primitiva e ao grau de manutenção da ordem vigente como hiperconservador:

Hiperconservadora, a sociedade primitiva impede o aparecimento da moda por ser esta inseparável de uma relativa desqualificação do passado: nada de moda sem prestígio e superioridade concedidos aos modelos novos e, ao mesmo tempo, sem uma certa depreciação da ordem antiga. Inteiramente centrada no respeito e na reprodução minuciosa do passado coletivo, a sociedade primitiva não pode em nenhum caso deixar manifestarem-se a sagração das novidades, a fantasia dos particulares, a autonomia estética da moda.¹⁸

Segundo o autor, ao contrário de outros elementos históricos que sofreram modificações marcantes com o surgimento do Estado e da presença da divisão de classes, a moda não foi agraciada com a mesma virada de chave. Será preciso mais tempo até que haja um desenvolvimento de novos gostos, maneiras de fazer e de sentir, além do ato de vestir-se.

E, para que se possa começar a trabalhar a existência de um sistema de moda, necessita-se da simultaneamente de duas lógicas: “[...] a do efêmero e a da fantasia estética. Essa combinação, que define formalmente o dispositivo da moda, só tomou corpo uma única vez na história, no limiar das sociedades modernas.”¹⁹

Antes disso, todavia, o vestuário está restrito a uma diferenciação de poder, em um mesmo tempo e com uma mesma geografia – sinônimo de tradição. Por séculos, a vestimenta será o mesmo kalasiris no Egito, o mesmo peplo na Grécia, a mesma toga em Roma, o mesmo quimono no Japão.

¹⁸ LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 28.

¹⁹ *ibidem*, p. 37.

Com o surgimento da moda, no final da Idade Média, haverá uma quebra. Essa quebra permite o começo do “[...] poder social dos signos ínfimos, o espantoso dispositivo de distinção social conferido ao porte das novidades sutis. [e] aparece uma primeira manifestação de uma relação social que encarna um novo tempo legítimo e uma nova paixão própria do Ocidente, a do ‘moderno’”²⁰.

2.1.2 Mais uma vez a burguesia

O surgimento na moda não foi uma Revolução para toda a sociedade, foi sim um processo que culminaria atingindo as classes mais baixas e se perpetuando como um caminho sem volta. Materialização de poder e transmitido de geração para geração,

Durante séculos, o vestuário respeitou globalmente a hierarquia das condições [...]. Contudo, a partir dos séculos XIII e XIV, quando se desenvolviam o comércio e os bancos, imensas fortunas burguesas se constituíram: apareceu o grande novo-rico, de padrão de vida faustoso, que se veste como os nobres, que se cobre de jóias e de tecidos preciosos, que rivaliza em elegância com a nobreza de sangue [...]²¹

Lipovetsky explicita que a moda só passou a ser um agente de mudança inclusiva a partir do momento em que a história contou com ascensão econômica da burguesia e crescimento de um Estado moderno. Em tal cenário, haveria a possibilidade de dar legitimação de maneira real às aspirações de elevação social em decorrência de ganhos com o trabalho.

Além dos desejos da burguesia, outra questão necessitou de legitimação, “A individualização do parecer ganhou uma legitimidade mundana; a busca estética da diferença e do inédito tornou-se uma lógica constitutiva do universo das aparências.”²². E, em um caminho paralelo às oscilações na vida econômica dessa nova sociedade, “[...] outras dimensões da civilização material – a amplitude das trocas internacionais, o renascimento urbano e o novo dinamismo do artesanato – influíram igualmente, embora de maneira bem diferente, no desenvolvimento da moda.”²³.

Quanto ao renascimento urbano, a obra descreve que as cidades medievais tiveram como consequência a divisão do trabalho de maneira intensificada e uma especialização de

²⁰ LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 48, grifo do autor.

²¹ ibidem, p. 44.

²² ibidem, p. 52.

²³ ibidem, p. 57.

maneira intensiva dos ofícios. Estes se organizaram em corporações de maneira minuciosamente organizada, tanto enquanto técnica quanto na criação de regulamentação coletiva, implicando em controle na qualidade da produção e atenção à formação profissional.

As transformações ocorridas não cessarão de ampliar-se sob o Antigo Regime e Lipovetsky reforça que na base desse processo de mudanças está a subida da burguesia ao poder econômico. Isso acelerou o desejo de reconhecimento social, bem como a tendência de imitação da nobreza. Assim, “Busca dos símbolos de distinção, competição de classes, tais são as peças essenciais do paradigma que comanda há mais de um século a explicação da moda.”²⁴.

Entretanto, o autor esclarece que, apesar de a moda ter sido um instrumento de filiação e distinção entre as classes, essa função atribuída a ela não explica a origem do encadeamento de inovações nem a ruptura com a valorização do passado.

As estratégias de distinção social esclarecem, sem nenhuma dúvida, os fenômenos de difusão e de expansão da moda, não o móvel das novidades, o culto do presente social, a legitimidade do inédito. Impossível aceitar a ideia de que as lutas de concorrência prestigiosa entre os grupos, lutas *tão velhas quanto as primeiras sociedade humanas*, estejam no princípio de um processo absolutamente moderno, sem nenhum precedente histórico. De mais a mais, como, a partir de tal esquema, dar conta da busca desenfreada da originalidade, como essa, nuançada, das pequenas variantes pessoais nos detalhes? De onde nasceu o processo de individualização tênue da aparência que caracteriza a moda?²⁵

Na busca por elementos de aproximação a uma potencial resposta, o autor recorre à teoria de Veblen, cuja lei *conspicuous consumption* dá ênfase a uma dimensão essencial na moda: “o dispêndio demonstrativo como meio pode significar uma posição, para despertar a admiração e expor um estatuto social.”²⁶.

Por isso, o que separaria as eras de moda das eras de estabilidade só dependeria, da perpetuação da necessidade em se despender, fato intrinsecamente relacionado às condições propiciadas pela vida em cidade grande. Nesta, as classes mais altas são aquelas mais ricas, com maior mobilidade e menos homogêneas do que no conservadorismo estático dos tempos tradicionais.

²⁴ LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 57.

²⁵ *ibidem*, p. 62, grifo do autor.

²⁶ *ibidem*, p. 64.

2.1.3 Cem anos

O segundo capítulo da primeira parte da obra de Lipovetsky inicia-se com o período em que a moda, dita no sentido moderno do termo, teria se instaurado: a segunda metade do século XIX. Apesar de progressos tecnológicos ou mudanças repentinas no estilo, no intervalo de cem anos que termina com a década de 1960, a moda não teria uma velocidade que permitisse desclassificá-la como estrutura de longa duração. Assim, o autor intitula esse intervalo de moda de cem anos:

A moda moderna caracteriza-se pela fato de que se articulou em torno de duas indústrias novas, com objetivos e métodos, com artigos e prestígios sem dúvida nenhuma incomparáveis, mas que não deixa de formar uma configuração unitária, um sistema homogêneo e regular na história da produção das frivolidades. A *Alta Costura* de um lado, inicialmente chamada de *Costura*, a *confecção* industrial de outro – tais são as duas chaves da moda de cem anos, sistema bipolar fundado sobre uma criação de luxo e sob medida, opondo-se a uma produção de massa, em série e barata, imitando de perto ou de longe os modelos prestigiosos e *griffés* da Alta Costura.²⁷

Construída sobre dois eixos, mas organizadas segundo um pensamento, a moda de cem anos tem na Alta Costura a detentora da inovação ao ser o canal de atenção cada vez que lança uma nova tendência.

Já as confecções darão origem aos futuros magazines, fruto de progressão técnica, de diminuição nos custos de produção e de diversificação na qualidade de artigos. Isso só foi possível porque “Desde os anos 1820 instala-se na França, à imitação da Inglaterra, uma produção de roupas novas, em grande série e baratas, que conhece um verdadeiro impulso depois de 1840, antes mesmo da entrada na era da mecanização com a introdução da máquina de costura por volta de 1860.”²⁸

Consequentemente, com o passar de décadas que contaram com duas guerras mundiais, a luxuosa presença da Alta Costura verá sua participação de mercado diminuir substancialmente, mas a capital francesa ditará padrões de consumo uniformizados em escala mundial. Receberá também, enquanto processo criativo, o título de uma das Belas-Artes.

As confecções, por sua vez, alinhadas com a comunicação de massa, darão à moda uma dinâmica ligada aos estilos de vida e valores modernos, provocando desaparecimento de múltiplos trajes regionais folclóricos e atenuando a diferença no vestuário entre as classes.

²⁷ LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 80, grifos do autor.

²⁸ *ibidem*, p. 81.

2.1.4 Revolução democrática

A nova dinâmica opera também em eixo social e geográfico, dado que “A idade de ouro da moda moderna tinha como epicentro a Alta Costura parisiense, laboratório de novidades, polo mundial de atração e de imitação tanto na confecção como na pequena costura. Esse momento aristocrático e centralizado terminou.”²⁹.

Assim, a moda de cem anos, sobretudo com a profusão da Alta Costura, criou o terreno para duas transformações permanentes no campo da moda: a transformação do costureiro em um estilista, tornando-se um misto de artista e precursor de quebras em padrões tradicionais, e o surgimento de uma moda prêt-à-porter ou pronta para vestir, derivada de expressão *ready to wear*, cunhada pelo estilista J. C. Weill em 1949 na França.

O costureiro, após séculos de relegação subalterna, tornou-se um artista moderno, aquele cuja lei imperativa é a inovação. É nesse contexto que a moda se identificará cada vez mais com a profusão criativa da Alta Costura: antes de 1930, as grandes casas apresentavam a cada estação coleções ricas de 150 a 300 modelos novos, e nos anos 1950, em que o número médio variava ainda entre 150 e 200, criavam-se em Paris cerca de 10 mil protótipos por ano.³⁰

Além dessa intensificação da cadeia produtiva e soberania aos seus criadores, “[...] elevando em dignidade fenômenos e funções inferiores, turvando a divisão arte nobre/arte modesta, o império da moda contribuiu no trabalho da igualdade.”³¹.

Através dessa dissolução entre gêneros e ofícios hierarquizados que são instituídos, um processo de igualdade nas concepções entre campos até então de viés heterogêneo, a moda aparece como ícone de democratização, ainda que estivesse restrita ao centro de um mundo formado por privilegiados e em nome da uma vontade de distinção.

Reinvertendo papéis, a mulher, de estipuladora de vontades passa para uma posição de consumidora; e o costureiro, de artesão das vontades alheias torna-se um artista independente da vontade individual de suas clientes.

As transformações ocorridas a partir dos anos 1950, segundo o autor, provocariam uma verdadeira revolução também na lógica de produção industrial. Diferentemente da anterior confecção industrial, “[...] o prêt-à-porter engajou-se no caminho novo de produzir industrialmente roupas acessíveis a todos, e ainda assim ‘moda’, inspirada nas últimas

²⁹ LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 123-124.

³⁰ *ibidem*, p. 92.

³¹ *ibidem*, p.103.

tendências do momento.”³². Esse movimento, no começo dos anos 1960, levará à criação de roupas não mais representativas da perfeição de uma classe, mas a um espírito que busca a materialização têxtil de audácia e juventude.

Indiferentemente das mudanças em quantidade e preço dos itens produzidos sob influência do prêt-à-porter, Lipovetsky (2009) ressalta o passo a mais que esse movimento gerou em direção a uma organização democrática da moda. Isso se dá graças à sobreposição dessa nova produção industrial homogeneizada sobre uma antiga estrutura heterogênea e que operava sob medida.

Sobretudo, há uma mudança mais profunda na estrutura da sociedade, uma vez que “A era do prêt-à-porter coincide com a emergência de uma sociedade cada vez mais voltada para o presente, euforizada pelo Novo e pelo consumo.”³³.

2.2 VEBLEN, O COSTUREIRO

O estudo da moda enquanto fenômeno social, diretamente ligado a um viés econômico de consumo, estaria profundamente comprometido sem a contribuição pioneira de Thorstein Veblen, economista averso às convenções e interessado pelo comportamento humano em sociedade.

Segundo Hunt (2005), Veblen desenvolveu um pensamento econômico intermediário entre os teóricos tradicionais acerca de utilidade, segundo os quais os seres humanos em qualquer momento da História seriam todos os mesmos calculistas, racionais e maximizadores de utilidade; e os teóricos que abordavam os seres humanos como produtos culturais e institucionais de um determinado momento histórico.

De acordo com Veblen, “[...] todos os seres humanos tinham, como em qualquer espécie animal, certas características, motivos, propensões e potencialidades comuns geneticamente herdadas, independente da cultura ou da época histórica em que vivessem.”³⁴.

Assim, a civilização material estaria sustentada por um esqueleto institucional, seja em sua trama como em seu derradeiro crescimento. Inerente a esse processo está a presença da cultura:

³² LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 130.

³³ *ibidem*, p. 133.

³⁴ VEBLEN apud. HUNT, Emery K. Thorstein Veblen. In: HUNT, Howard. *História do Pensamento Econômico: uma perspectiva crítica*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005, p. 303.

O desenvolvimento da cultura é uma sequência cumulativa de hábitos, e suas maneiras e meios são a reação habitual da natureza humana às exigências que variam incessante e cumulativamente, mas com uma sequência coerente nas variações cumulativas em andamento – incessantemente, porque cada novo movimento cria uma nova situação que induz a mais uma variação da maneira habitual de reagir; cumulativamente, porque cada nova situação é uma variação do que foi antes e incorpora como fatores causais tudo o que tenha sido provocado pelo que tenha vindo antes; de forma consistente, porque os traços subjacentes da natureza humana (propensões, aptidões etc.) que provocam a reação e que servem de base para a formação dos hábitos permanecem substancialmente inalterados.³⁵

Hunt (2005) indica que há ênfase na obra de Veblen em tratar a produção de forma dual, tanto como um fenômeno social quanto um fenômeno cultural, mas nunca exclusivamente como o resultado de um indivíduo ou de qualquer fator de produção. Isso se dá em razão de o sistema produtivo representar “[...] um processo social no qual os seres humanos compartilhavam conhecimentos e habilidades, passavam-nos de uma geração a outra e cooperavam socialmente num processo de transformação da natureza, para adaptá-la às necessidades e aos usos do homem.”³⁶

A produção, por sua vez, levou ao perpetuamento de uma cultura pecuniária cuja relevância se dava, sobretudo, enquanto mecanismo de distinção odiosa. Assim, uma vez que o valor pessoal de um indivíduo em sociedade é mensurado por esse “sistema pecuniário de distinção odiosa, uma das forças mais poderosas da sociedade era a emulação, que era a garantia mais importante do conservadorismo social, econômico e político.”³⁷

A implicação mais direta dessa emulação em uma sociedade de consumo leva ao estudo de mecanismos centrais em uma sociedade:

O consumo pela imitação era um meio básico de diminuir essa ameaça, mas o consumo pela imitação representava uma árdua obrigação pessoal, onde não era possível progredir e da qual era difícil escapar. Quando alguém entrava nesse círculo vicioso, entregava-se inteiramente aos costumes da cultura predatória e pecuniária. As ideias de Veblen sobre o consumo imitativo, juntamente com suas ideias sobre a importância social, psicológica e ideológica do patriotismo, do militarismo e do imperialismo, constituíam o próprio âmago de sua teoria do domínio social, econômico e político do capitalismo pelos proprietários ausentes e pelos interesses econômicos.³⁸

³⁵ VEBLEN apud. HUNT, Emery K. Thorstein Veblen. In: HUNT, Howard. *História do Pensamento Econômico: uma perspectiva crítica*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005, p. 305.

³⁶ HUNT, *ibidem*, p. 308.

³⁷ *ibidem*, p. 323.

³⁸ *ibidem*, p. 324.

Assim, Veblen dedicou-se em sua principal obra, *The Theory of the Leisure Class* de 1899, a descrever detalhadamente a maneira como a classe ociosa “ostentava suas proezas predatórias através do consumo conspícuo e do uso conspícuo do lazer”³⁹.

A classe ociosa abordada por Veblen e que materializa sua teoria de consumo conspícuo, configura uma classe “[...] cujos membros não são solicitados a trabalhar, mas apropriam-se de um excedente produzido por aqueles que realmente trabalham, a classe trabalhadora. Uma vez que as sociedades começam a produzir excedente, a relação entre propriedade privada e status se torna cada vez mais importante.”⁴⁰.

Critério de diferenciação, o consumo conspícuo traduz-se em um consumo de bens tidos como improdutivos, mas cuja natureza implica a quem o realiza um sentido de “honroso, principalmente como uma marca de maestria e pré-requisito de dignidade humana; secundariamente torna-se substancialmente ilustre a si mesma, especialmente o consumo das coisas mais desejáveis.”⁴¹.

No tocante ao ato de vestir, inicia-se um mecanismo de diferenciação que evidencia a capacidade de pagamento em um cenário de crescimento econômico e cultural, a partir do crescimento da classe ociosa:

Since the wealthy leisure class has grown so large, or the contact of the leisure-class individual with members of his own class has grown so wide, as to constitute a human environment sufficient for the honorific purpose, there arises a tendency to exclude the baser elements of the population from the scheme even as spectators whose applause or mortification should be sought. The result of all this is a refinement of methods, a resort to subtler contrivances, and a spiritualization of the scheme of symbolism in dress. And as this upper leisure class sets the pace in all matters of decency, the result for the rest of society also is a gradual amelioration of the scheme of dress. As the community advances in wealth and culture, the ability to pay is put in evidence by means which require a progressively nicer discrimination in the beholder. This nicer discrimination between advertising media is in fact a very large element of the higher pecuniary culture.⁴²

A ideia central de Veblen, segundo Trigg (2001), para a transformação da riqueza em status reside na maneira como se dá o desempenho social desta classe ociosa, já que *status*

³⁹ HUNT, Emery K. Thorstein Veblen. In: HUNT, Howard. *História do Pensamento Econômico: uma perspectiva crítica*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005, p. 323.

⁴⁰ TRIGG, Andrew B. Veblen, Bourdieu, and Conspicuous Consumption. *Journal of Economic Issues*, [S.l.], v. 35(1), p.99-115, 2001, p. 100. Tradução livre de “Veblen’s theory of conspicuous consumption is based on the evolution of a leisure class whose members are not required to work but appropriate a surplus produced by those who do work, the working class. Once societies start to produce a surplus the relationship between private property and status becomes increasingly important”.

⁴¹ VEBLEN, Thorstein. Dress as an Expression of the Pecuniary Culture. In: VEBLEN, Thorstein. *Theory of the Leisure Class*. [S.l.]: Project Gutenberg (public domain), 1997, p. 33-34. Tradução livre de “[...] is honourable, primarily as a mark of prowess and a perquisite of human dignity; secondarily it becomes substantially honourable to itself, especially the consumption of the more desirable things.”.

⁴² *ibidem*, p. 86.

deriva dos julgamentos de outros membros da sociedade em relação à posição de um indivíduo nesta. Ademais, para que esta posição passe a uma posição estabelecida, deverá haver exibição de riqueza.

Duas seriam as formas principais de exibição de riqueza identificadas por Veblen: através da prática extensiva de atividades de lazer e através de generosos gastos no consumo de bens e serviços. Sujeita também a transformações está a dinâmica com que essa exibição de riqueza, tão necessária à construção de um senso de status e de diferenciação em sociedade, operaria em uma sociedade mais móvel:

In principle, people can display their wealth through either method with equal facility – all this requires is an effective network for word to get around about a person's degree of leisure and the objects he or she possesses. Veblen argues, however, that as the population becomes more mobile, communities become less close-knit. In a more mobile society people may be less well informed about the leisure activities in which other people engage, and so the display of wealth through consumption of goods becomes more important than the display of leisure.⁴³

Ou seja, através do consumo conspícuo as pessoas gastariam dinheiro em artefatos cujo objetivo seria indicar a outros membros da sociedade o tamanho de sua riqueza. Veblen assinala, portanto, que através desse mecanismo opera o “[...] mais importante fator de determinação do comportamento do consumidor, não somente para os ricos, mas para todas as classes sociais”⁴⁴.

Segundo Gonzalez (2008), apesar de dedicar poucas páginas ao tema em sua principal obra, “[...] é mérito de Veblen o fato de ter chamado a atenção para a inserção da moda e da vestimenta no processo econômico, precisamente como símbolo de status social.”⁴⁵. Símbolo este que evidencia o caráter de distinção social da moda, instrumento de status e identificação social, além dos elementos estéticos pelas quais a moda é conhecida.

Os elementos estéticos, entretanto, são secundários e se perpetuam somente enquanto representarem um signo de poder no contexto social. Com isso, sobre a mudança de estilos:

The changing styles are the expression of a restless search for something which shall commend itself to our aesthetic sense; but as each innovation is subject to the selective action of the norm of conspicuous waste, the range within which innovation can take place is somewhat restricted. The innovation must not only be

⁴³ VEBLEN apud. TRIGG, Andrew B. Veblen, Bourdieu, and Conspicuous Consumption. *Journal of Economic Issues*, [S.l.], v. 35(1), p.99-115, 2001, p. 101.

⁴⁴ idem. Tradução livre de “Conspicuous consumption is viewed by Veblen as the most important factor in determining consumer behavior, not just for the rich but for all social classes.”

⁴⁵ GONZALEZ, Ana M. Contribuição de Thorstein Veblen para a Teoria da Moda. *IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte*, São Paulo, v.1 n. 1, 2008, p. 28.

more beautiful, or perhaps oftener less offensive, than that which it displaces, but it must also come up to the accepted standard of expensiveness.⁴⁶

Veblen (1997) também ressalta que, diretamente ligada a essa mudança de estilos está a consciência de que, apesar das diferentes modas – que muitas vezes apresentam quando em perspectiva conceitos de beleza antagônicos –, comum a todas elas está o fato de que nenhuma suportará o teste do tempo, sendo assim sempre um misto de transitoriedade e ilegitimidade. Além disso, quando justapostas às modas de alguns anos, a melhor das criações transmitira uma resposta negativa, quando não uma concepção de feiúra:

No one finds difficulty in assenting to the commonplace that the greater part of the expenditure incurred by all classes for apparel is incurred for the sake of a respectable appearance rather than for the protection of the person. And probably at no other point is the sense of shabbiness so keenly felt as it is if we fall short of the standard set by social usage in this matter of dress. It is true of dress in even a higher degree than of most other items of consumption, that people will undergo a very considerable degree of privation in the comforts or the necessaries of life in order to afford what is considered a decent amount of wasteful consumption; so that it is by no means an uncommon occurrence, in an inclement climate, for people to go ill clad in order to appear well dressed.⁴⁷

Tendo como base a estrutura vebleriana, Trigg (2001) o relaciona com o pensamento de Bourdieu, que introduz o conceito de *habitus* como sistema de princípios que originam e organizam práticas e representações que são reproduzidas sem um objetivo consciente. Ademais, “os princípios que organizam as ações das pessoas, que compõem o *habitus*, são adaptáveis ao longo do tempo, dependendo das limitações e incertezas que evoluem em situações diferentes, mas os indivíduos não estão conscientes da força cultural que orienta o seu comportamento.”⁴⁸.

Olhando mais atentamente para a moda, esse comportamento inconsciente se processa porque “Nosso apego transitório para o que quer que aconteça em termos de última novidade repousa sobre outras razões que não são estéticas, e apenas dura o tempo necessário para que o nosso senso estético permanente afirme-se e rejeite esta última invenção indigesta”⁴⁹.

Com isso, Gonzalez (2008) retoma que, implícito em teoria econômica de Veblen

⁴⁶ VEBLEN, Thorstein. Dress as an Expression of the Pecuniary Culture. In: VEBLEN, Thorstein. *Theory of the Leisure Class*. [S.l.]: Project Gutenberg (public domain), 1997, p. 80.

⁴⁷ VEBLEN, Thorstein. Dress as an Expression of the Pecuniary Culture. In: VEBLEN, Thorstein. *Theory of the Leisure Class*. [S.l.]: Project Gutenberg (public domain), 1997, p. 77.

⁴⁸ TRIGG, Andrew B. Veblen, Bourdieu, and Conspicuous Consumption. *Journal of Economic Issues*, [S.l.], v. 35(1), p.99-115, 2001, p. 109. Tradução livre de “The principles that organize people’s actions, which make up the *habitus*, are adaptable over time depending upon the constraints and uncertainties that evolve under different situations, but individuals are not conscious of the cultural force that guides their behavior.”

⁴⁹ VEBLEN, op. cit., p. 82. Tradução livre de “Our transient attachment to whatever happens to be the latest rests on other than aesthetic grounds, and lasts only until our abiding aesthetic sense has had time to assert itself and reject this latest indigestible contrivance.”

sobre a vestimenta é, portanto, o fator desta ser menos uma arte que um expoente do nível de complexidade atrelado aos “critérios sociais de valoração recíproca”⁵⁰.

Desde a primazia ornamental da indumentária primitiva até a construção social citada anteriormente, o processo de transformação da vestimenta em moda e da complexidade cada vez mais evidente em sua linguagem, é entendido por Veblen como um jogo. Neste, a atenção suprema estaria nas “[...] intenções expressas dos que participam do jogo, não [sendo] outra coisa que a reputação dos atores sociais, uma reputação entendida como chave econômica.”⁵¹.

2.3 BOURDIEU, ECONOMISTA DOS BENS SIMBÓLICOS

O entendimento de como as engrenagens se encaixam no sistema da moda não seria o mesmo sem o trabalho de Pierre Bourdieu que, de acordo com Trigg (2001), proporciona um desenvolvimento contemporâneo da teoria do consumo conspícuo e se baseia em alguns dos mais sutis aspectos do quadro de ideias de Veblen.

Assim como Lipovetsky, Bourdieu reconhece a necessidade de independência do criador – atrelada a transformações institucionais durante a história – e também de mudanças na “[...] relação que os artistas mantêm com os não-artistas e, por esta via, com os demais artistas, resultando na constituição de um campo artístico relativamente autônomo e na elaboração concomitante de uma nova definição da função do artista e de sua arte.”⁵². Historicamente, o autor ainda indica como lugar e tempo inicial para uma presença legítima de independência artística a Florença do século XV. Nela surge a possibilidade de

[...] artistas legislarem com exclusividade em seu próprio campo – o campo da forma e do estilo –, ignorando as exigências externas de uma demanda social subordinada a interesses religiosos ou políticos, interrompendo-se durante quase dois séculos sob a influência da monarquia absoluta e, com a Contra-Reforma, suscitando a intervenção da Igreja – ambas preocupadas em atribuir uma posição e uma função sociais [...] à fração dos artistas – distantes dos trabalhadores manuais sem estarem integrados às classes dominantes –, o movimento do campo artístico em direção à autonomia que se realizou em ritmos diferentes segundo as sociedades e as esferas da vida artística, acelera-se brutalmente com a Revolução Industrial[...]⁵³

Consequentemente, a aparição de uma classe burguesa, que Bourdieu caracteriza como anônima, e do surgimento de “[...] métodos ou técnicas tomados de empréstimo à

⁵⁰ GONZALEZ, Ana M. Contribuição de Thorstein Veblen para a Teoria da Moda. *IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte*, São Paulo, v.1 n. 1, 2008, p. 49.

⁵¹ idem.

⁵² BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2011, p.102.

⁵³ ibidem, p.102.

ordem econômica e ligados à comercialização da obra de arte – como por exemplo, a produção coletiva ou a publicidade para os produtos culturais [...]”⁵⁴ está, além de um processo de solidificar a autonomia absoluta de criar, também o surgimento de um “[...] esforço metódico para separar o intelectual do vulgo”⁵⁵.

Essencial a essa nova constituição de estratos sociais, encontra-se o movimento de diferenciação entre elas. Assim, “Segundo as teorias clássicas, o processo de diferenciação das esferas da atividade humana correlato ao desenvolvimento do capitalismo e, em particular, a constituição de sistema de fatos adotados de uma independência relativa e regido por leis próprias [...]”⁵⁶.

Além de colocar em cena a necessidade de distinção nesse novo cenário,

For Bourdieu a key factor to be considered is the cultural capital that is acquired at different points in the social ladder. Cultural capital can be defined as the accumulated stock of knowledge about the products of artistic and intellectual traditions, which is learned through educational training and – crucially for Bourdieu – also through social upbringing. In a powerful explanation of how inequality in the social structure is reproduced in the education system (Bourdieu and Passeron (1990), the key role of cultural capital acquired outside of education is used to explain the superior performance of children from privileged backgrounds.⁵⁷

A importância do capital cultural se evidencia pelo fato de que, historicamente, a “[...] vida intelectual e artística das sociedades europeias revela-se através da história das transformações da função do sistema de produção dos bens simbólicos e da própria estrutura desses bens [...]”⁵⁸. Transformações estas que correlacionam a evolução ascendente das esferas intelectual e artística, o que Bourdieu chama de “autonomização progressiva do sistema de relações de produção, circulação e consumo de bens simbólicos.”⁵⁹.

Bourdieu define o sistema que produz e promove a circulação desses bens simbólicos como “[...] o sistema de relações objetivas entre diferentes instâncias definidas pela função que cumprem na divisão do trabalho de produção, de reprodução e de difusão de bens simbólicos.”⁶⁰. Sobretudo no campo da indústria cultural, da qual a moda faz parte, o destino dos bens culturais produzidos é um grupo de indivíduos identificados como “[...] não-produtores de bens culturais (‘o grande público’) que podem ser recrutados tanto nas frações

⁵⁴ BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2011, p. 104.

⁵⁵ *idem*.

⁵⁶ *ibidem*, p. 103.

⁵⁷ TRIGG, Andrew B. Veblen, Bourdieu, and Conspicuous Consumption. *Journal of Economic Issues*, [S.l.], v. 35(1), p.99-115, 2001, p. 104.

⁵⁸ *ibidem*, p. 99.

⁵⁹ *idem*.

⁶⁰ *ibidem*, p. 105.

não-intelectuais das classes dominantes ('o público cultivado') como nas demais classes sociais.”⁶¹.

Para melhor entendimento do campo cultural da moda, Bourdieu acentua que,

A forma das relações que as diferentes categorias de produtores de bens simbólicos mantém com os demais produtores, com as diferentes significações disponíveis [...] e, ademais, com sua própria obra, depende diretamente da posição que ocupam no interior do sistema de produção e circulação de bens simbólicos e, ao mesmo tempo, da posição que ocupam na hierarquia propriamente cultural dos graus de consagração, tal posição implicando numa posição objetiva de sua prática e dos produtos dela derivados.⁶²

Como reflexo da hierarquização de produtos, a moda implica uma relação de dominância na qual “Os dominantes agem sem risco: não têm necessidade de recorrer a estratégias de blefe ou enaltecimento que são as outras tantas maneiras de confessar sua fraqueza.”⁶³.

Sobre o capital cultural, tendo em vista a existência de um elemento social dominante, Bourdieu (2008) revela que o controle na utilização desse capital caberia aos “[...] próprios mecanismos que asseguram sua produção e reprodução, além de tenderem a determinar sua distribuição entre os diferentes agentes que estão em concorrência para se apropriarem deles.”⁶⁴

A concorrência surgida na moda entre dominantes e pretendentes tem, sobretudo como objetivo, o controle monopolista de uma relação de soberania sobre o grande público. Dessa forma, “[...] a concorrência pelo monopólio da legitimidade toma a forma de um controle cruzado que, como se vê em relação à comercialização da *grife*, nada tem a ver com a imposição externa ou interna de uma norma ética [...]”⁶⁵.

O controle deste monopólio implica em controle sobre as normas de distinção. Com isso, a moda “[...] situa-se no tempo de curta duração dos bens simbólicos perecíveis e [...] ela só pode exercer um efeito de distinção servindo-se, sistematicamente, das diferenças temporais, portanto, da mudança.”⁶⁶.

Sobre o surgimento de um suposto antagonismo, representado popularmente como conflito entre gerações, Bourdieu (2008) elucida que,

⁶¹ TRIGG, Andrew B. Veblen, Bourdieu, and Conspicuous Consumption. *Journal of Economic Issues*, [S.l.], v. 35(1), p.99-115, 2001, p. 105.

⁶² BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2011, p. 154.

⁶³ BOURDIEU, Pierre. O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia. In: BOURDIEU, Pierre. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. Porto Alegre: Zouk, 2008, p. 119.

⁶⁴ *ibidem*, p. 126.

⁶⁵ *idem*.

⁶⁶ *ibidem*, p. 141.

Não seria possível compreender a estrutura e a dinâmica do campo da moda se aceitássemos a explicação comum pelo *conflito de gerações*, tautologia destinada a funcionar como virtude dormitiva, que se impõe com uma insistência particular em um campo onde a concorrências adquire, de modo mais viável do que em qualquer outra parte (devido à brevidade dos ciclos), a forma de uma querela entre antigos e modernos, entre velhos e jovens.⁶⁷

Pelo fato de a moda configurar-se como produção intimamente ligada ao efêmero, a criação de produtos para uma estação – o que por si só demarca seu caráter sazonal – acarreta em ruptura não esporádica. Ou seja, o mecanismo de distinção tem data fixa e a “[...] atividade do costureiro é o oposto exato da atividade do escritor ou do artista legítimo na medida em que ele não poderá esperar ter acesso a uma *consagração duradoura* (ou definitiva) a não ser que saiba rejeitar os lucros e os sucessos imediatos – porém, temporários – da moda [...]”⁶⁸.

Assim, sobre a relação entre o que está na moda e o que está fora dela:

Pelo fato de que o valor material e simbólico dos bens da moda é constituído essencialmente (se deixarmos de lado as diferenças secundárias entre os costureiros) sobre a *distinção temporal* entre a moda e o *démodé*, tal valor é inexoravelmente destinado a declinar com o tempo, sem poder contar com a subida da cotação que assegura a certos objetos técnicos sua reconversão *post mortem* em objetos simbólicos.⁶⁹

Esse valor comercial que declina com o passar do tempo representa monetariamente o declínio também do poder de distinção de um determinado produto. Consequentemente, “O bom funcionamento do mercado da moda baseava-se em um controle rigoroso da difusão que visava manter separados, e por algum tempo, os mercados que oferecem produtos destinados às diferentes classes sociais [...]”⁷⁰. A forma de manutenção temporal do mercado estava vinculada ao segredo sobre o que viria a seguir, em termos de distinção, através da próxima coleção apresentada.

Uma vez revelado o segredo, há uma virada de ampulheta e dá-se início a um intervalo de tempo que separa “[...] objeto técnico ou simbólico desusado do objeto antigo, percebido sinceramente como um bonito objeto e intrinsecamente digno de ser procurado, é a marca

⁶⁷ BOURDIEU, Pierre. O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia. In: BOURDIEU, Pierre. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. Porto Alegre: Zouk, 2008, p. 138, grifo do autor.

⁶⁸ *ibidem*, p. 143, grifo do autor.

⁶⁹ *idem*.

⁷⁰ *ibidem*, p. 145.

visível do trabalho coletivo de transfiguração que se descreve como ‘mudança de gosto’⁷¹. Sendo, portanto, o gosto um fator de considerável importância, afirma-se que “Toda teoria econômica da produção de bens simbólicos que leva em conta apenas os custos de fabricação dos objetos considerados em sua materialidade é falsa.”⁷².

Dada impossibilidade de considerarem-se somente os custos de fabricação dos objetos:

A análise real, inscrita na divisão do trabalho que [...] estabelece a separação entre a fabricação do bem material e a produção do bem simbólico – isto é, da transubstanciação –, abre o caminho para uma análise das operações constitutivas da alquimia simbólica que a diferenciação (característica, salvo exceções, da produção pictórica) tende a desdizer, favorecendo assim a ilusão carismática [...]⁷³

Por isso, Bourdieu (2008) coloca o campo da moda em posição intermediária entre a esfera econômica e a esfera artística; e enfatiza a peculiar transparência que a área possui, enquanto economia de bens simbólicos, em relação aos mecanismos estratégicos de interesse econômico.

⁷¹ BOURDIEU, Pierre. O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia. In: BOURDIEU, Pierre. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. Porto Alegre: Zouk, 2008, p. 147.

⁷² *ibidem*, p. 155.

⁷³ *ibidem*, p. 158.

3 A COSTURA INVISÍVEL: MODA E POLÍTICAS PÚBLICAS

3.1 POLÍTICAS PÚBLICAS DE INCENTIVO À CULTURA

Uma das precursoras nos estudos de políticas culturais foram as Organizações das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) que divulgou, em 1969, o documento *Cultural policy: A preliminary study*, parte de uma compilação maior chamada *Studies and documents on cultural policies*, sobre as políticas culturais nos países então membros. O texto inicia definindo política pública cultural e sua especificidade:

[...] “cultural policy” is taken to mean a body of operational principles, administrative and budgetary practices and procedures which provide a basis for cultural action by the State. Obviously, there cannot be *one* cultural policy suited to all countries; each Member State determines its own cultural policy according to the cultural values, aims and choices it sets for itself.⁷⁴

Outra definição, de maneira mais ampla, sobre a possibilidade de política cultural não ter uma atuação restrita à iniciativa pública, é definida por Coelho (2004). Segundo este, a política cultura pode ser entendida como uma “Ciência de organização das estruturas culturais [...]”⁷⁵ ou como um “[...] programa de intervenções realizadas pelo Estado, instituições civis, entidades privadas ou grupos comunitários com o objetivo de satisfazer as necessidades culturais da população e promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas”⁷⁶.

Sob a ótica da oferta, a presença do Estado, segundo Tolila (2007), enquanto financiador leva a uma maior oferta. Essa maior oferta, por sua vez, gera um aumento no consumo. Com isso, mais do que incentivador ou animador de um segmento econômico, o financiamento estatal é intrínseco para a existência de uma parcela relevante de oferta cultural e, conseqüentemente, do consumo potencial.

A mesma lógica está vinculada tanto para setores “[...] integralmente ou parcialmente financiados (ópera, teatro público, espetáculo ao vivo em geral) quanto para aqueles onde esse financiamento representa apenas uma parte limitada do orçamento.”⁷⁷

Além de um estudo das políticas culturais sob a ótica da oferta, de acordo com o documento desenvolvido pela UNESCO (1969), reconhece-se que o desenvolvimento

⁷⁴ UNESCO - United Nations Organization for Education, Science and Culture. *Cultural policy: a preliminary study*. Paris: UNESCO, 1969, p. 04, grifo do autor.

⁷⁵ COELHO, Teixeira. *Dicionário Crítico de Política Cultural*. São Paulo: Iluminuras, 2004, p. 293.

⁷⁶ idem.

⁷⁷ TOLILA, Paul. Cultura e desenvolvimento: como a cultura contribui para a economia. In: TOLILA, Paul. *Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas*. São Paulo: Iluminuras, 2007, p. 78.

econômico e social deveria caminhar paralelamente ao desenvolvimento cultural, uma vez que a cultura tem efeito benéfico nos meios de produção disponíveis e no próprio homem. Cada melhoria no nível de bem-estar físico ajuda a promover a cultura, libertando o homem do aprisionamento às obrigações físicas e dando a ele o lazer necessário às atividades da mente. A velocidade do progresso econômico é geralmente refletida na esfera cultural e a atividade cultural estimula a vida econômica.

Em busca de configurações para as políticas públicas, Saraiva (1999) aborda a existência de dois modelos básicos que guiam políticas públicas em setores culturais, de acordo com grau de legitimidade que a iniciativa em si represente. Um deles aborda o papel do Estado enquanto orientador e financiador e ou outro parte de uma iniciativa da própria sociedade na promoção de ações de acordo com perspectivas e interesses que lhe são sensíveis.

Sob a ótica neoclássica, segundo Throsby (2012), outro argumento persuasivo à necessidade de investimento no campo cultural, seria o de as artes representarem um exemplo claro de falha de mercado. Se a produção de bens e serviços artísticos gera benefícios públicos a toda a sociedade, ao mesmo tempo em que também gera benefícios privados ao consumidor, uma intervenção estatal deve ser estabelecida enquanto os benefícios superarem os decorrentes custos.

Assim, as políticas públicas na área de cultura atraíram o interesse de economistas, sobretudo nos últimos 50 anos. A importância desse olhar econômico sobre a iniciativa pública fica clara na argumentação de Throsby (1994):

Many economists [...] have put forward and analyzed market failure, merit, and distributional arguments for and against public support for the arts, such that by now there are few theoretical stones left unturned within the confines of the competitive model, and the focus of further enquiry in this area of the field must be primarily empirical. All of the effects [...] are in principle measurable and it remains for well-designed research to put quantitative flesh on the theoretical bones.⁷⁸

Porém, não somente enquanto correção para falha de mercado, o incentivo às artes também nasce de uma “[...] percepção do potencial econômico do setor. A possibilidade de crescimento e geração de empregos, a partir do estímulo pelo poder público, fomentou o mercado em pleno processo de ampliação e consolidação.”⁷⁹.

⁷⁸ THROSBY, David. The production and consumption of the arts: a view of cultural economics. *Journal of Economic Literature*, [S.l.], v. 32, n. 1, p.1-29, 1994, p. 24.

⁷⁹ BRANT, Leonardo. Políticas Culturais. In: BRANT, Leonardo. *Mercado Cultural: panorama crítico e guia prático para gestão e captação de recursos*. 4ª. ed. São Paulo: Escrituras Editora: Instituto Pensarte, 2004, p. 69.

E, não obstante, como papel decisivo na evolução do setor está o “[...] surgimento e [...] evolução de um interesse global dos estados e das coletividades públicas pelo setor cultural como fenômeno de massa tanto sociológico quanto econômico.”⁸⁰. Interesse este que se manifesta em distintos graus de abrangência e de acordo com as diversas finalidades. E, propicia-se, em escala mais ampla,

[O] surgimento e [...] evolução de um interesse global dos estados e das coletividades públicas pelo setor cultural como fenômeno de massa tanto sociológico quanto econômico. Esses interesses manifestam-se em políticas públicas (orientações, normas e estratégias), em administrações especializadas (tanto no nível estatal quanto descentralizado), em alocações de recursos dirigidos (os orçamentos culturais públicos), assim como no surgimento de numerosas instituições financiadas por dinheiro público e de um mundo muito diversificado de profissionais da cultural.⁸¹

Tendo em vista a vasta possibilidade de instrumentos e os diversos alcances possíveis, Peacock (2003) dá ênfase, sobretudo, ao desafio do setor para a necessidade de melhores metodologias de análise quantitativa. Novas formas de mensuração de impactos que o investimento inicial de uma política pública traz, dando origem a uma potencial área de pesquisa.

O autor também expressa o desafio à construção de indicadores quantitativos tendo em vista que o objeto de medição sofre mudanças com o passar do tempo e que “[...] o racional de recolher e assimilar dados que representem valor e volume de mudança cultural está na capacidade de usar esses dados para verificar se o desempenho dos destinatários de recursos está de acordo com as expectativas.”⁸². Alguns indicadores mais convencionais, entretanto, continuam sendo utilizados, sobretudo em áreas como as artes performáticas: tamanho da platéia, receita de ingressos ou quantidade de performances.

O investimento ligado aos gastos públicos no setor cultural está, por sua vez, diretamente vinculado ao custo de oportunidade, ao bem-estar social que resultará da iniciativa e a um grau de independência contábil e institucional:

The analysis of performance indicators as a planning tool by government in providing funding to arts companies very much depends on the institutional and financial independence of the latter from the former. While an arts organization

⁸⁰ TOLILA, Paul. Cultura e desenvolvimento: como a cultura contribui para a economia. In: TOLILA, Paul. *Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas*. São Paulo: Iluminuras, 2007, p. 71.

⁸¹ idem.

⁸² PEACOCK, Alan. Performance indicators and cultural policy. *Economia della Cultura*, Bologna, v. 13, 2003, p. 02. Tradução livre de “[...] the rationale of the collection and assimilation of data representing the value and volume of cultural change lies in being able to use these data to check on whether the performance of the grant-receiving bodies accords with expectations.”.

might be formally independent as a legal and accounting entity, it could be claimed that if the large proportion of its current revenue takes the form of government grants it is virtually a part of the public administration.⁸³

Por isso, segundo Throsby (2012), as políticas culturais e novas formas de financiamento começaram, nos últimos anos, a fazer parte das agendas políticas em diversas nações. Um fator importante a esta tendência tem sido o reconhecimento de impacto econômico de investimentos no setor em números relacionados a emprego, renda, exportação e o conseqüente crescimento na economia.

Isso se processa de forma direta e indireta, uma vez que gastos públicos também desempenham papel intrínseco à existência de diversas atividades que não produzem bens ou serviços diretamente à sociedade, mas que “[...] apesar de sua falta de visibilidade, são essenciais para o bom funcionamento dos ramos culturais e para a renovação das produções: conservação, pesquisa, formação, animação, promoção coletiva...”⁸⁴.

Contudo, nos últimos anos, sobretudo o mercado de arte tem se deparado com duas questões que implicam em novas perspectivas para as políticas públicas no setor:

[...] the major focus in looking at the economics of the art market is likely to be on prices. Two questions are of interest. How do rates of return on investment in art compare with returns elsewhere? and What are the main determinants of the prices of art works?

Evidence on the comparability of rates of return between art and other forms of asset holding suggests fairly decisively that the average rates of return to investment in the secondary and tertiary art markets are below those yielded by comparable financial assets.⁸⁵

Ainda, extrapolando a esfera econômica, existe o entendimento de que “[...] que cultura não se faz, não se consome nem se ganha de graça, muito menos se impõe.”⁸⁶. Ou seja, outras forças além das leis de mercado estão presentes no processo de tomada de decisão.

⁸³ PEACOCK, Alan. Performance indicators and cultural policy. *Economia della Cultura*, Bologna, v. 13, 2003, p. 06.

⁸⁴ TOLILA, Paul. Cultura e desenvolvimento: como a cultura contribui para a economia. In: TOLILA, Paul. *Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas*. São Paulo: Iluminuras, 2007, p. 78.

⁸⁵ THROSBY, David. The production and consumption of the arts: a view of cultural economics. *Journal of Economic Literature*, [S.l.], v. 32, n. 1, 1994, p. 06.

⁸⁶ FEIJÓ, Martin C. *O que é política cultural*. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985, p. 75.

3.2 O CENÁRIO DE POLÍTICAS PÚBLICAS RELACIONADAS À MODA

Retomando o argumento de Throsby (2012), de que as políticas culturais e novas formas de financiamento começaram a fazer parte das agendas políticas em diversas nações, buscou-se um retrato para o setor da moda brasileira. A partir deste, pode-se reconhecer o impacto econômico potencial que investimentos neste setor trarão aos números relacionados a emprego, renda, exportação e o conseqüente crescimento na economia.

A moda, enquanto tema de políticas públicas desenvolvidas pelo Ministério da Cultura, está representada através do Plano Nacional de Cultura (PNC); como um dos dezenove colegiados setoriais presentes no Conselho Nacional de Políticas Culturais (CNPC); e da Lei Rouanet.

O Plano Nacional de Cultura, a partir da lei nº 12.343, de 2 de Dezembro de 2010, estabelece para a moda no *Capítulo II – Da Diversidade, Estratégias e Ações*:

2.1.13 *Incentivar* projetos de moda e vestuário que promovam conceitos estéticos baseados na diversidade e na aceitação social dos diferentes tipos físicos e de suas formas de expressão.

2.5.13 *Promover e fomentar* iniciativas de preservação da memória da moda, do vestuário e do design no Brasil, contribuindo para a valorização das práticas artesanais e industriais, rurais e urbanas.⁸⁷

Com isso, estão previstos por lei tanto mecanismos de incentivo ao desenvolvimento do setor de maneira ampla e diversificada, quanto à manutenção do conhecimento e técnicas existentes.

Apesar de não estar relacionado ao Ministério da Cultura, mas com o intuito de dimensionar o setor, foi criado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior o Sistema Moda Brasil (SMB), que surgiu em 5 de novembro de 2008 com o objetivo de promover “[...] o diálogo e a integração público-privada para a realização de ações que visam o desenvolvimento das cadeias produtivas ligadas à moda brasileira: da indústria têxtil aos componentes de calçados, do couro às gemas e metais preciosos.”⁸⁸.

A cadeia produtiva, de acordo com estimativas do SMB e tendo como base de dados setoriais o complexo moda em 2013, representou um faturamento de US\$ 91 bilhões neste

⁸⁷ BRASIL. Ministério da Cultura e Iniciativa Cultural – Instituto das Indústrias Criativas. *Economia e Cultura da Moda no Brasil*. [s.l.], 2012, p. 30, grifos nossos.

⁸⁸ BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. *Sistema Moda Brasil*. [s.l.], [s.d.]. Ver “Conheça/Descrição”.

ano e empregou diretamente 2,5 milhões de trabalhadores, além de outros 8 milhões se forem adicionados indiretos e efeito renda. Trabalhadores estes em mais de 350 mil empresas.⁸⁹

Setor de relevância na balança comercial brasileira, a moda, em 2013, representou exportações na marca de US\$ 9,17 bilhões e importações em US\$ 10,98 bilhões.⁹⁰ Números que reforçam a necessidade de “Promover de forma integrada a moda brasileira nos mercados interno e externo.”⁹¹

A importância de maior debate sobre o setor brasileira fica evidenciado, principalmente, pelo comparativo global de 2013 disponível no Sistema Moda Brasil:

- 2º maior empregador da indústria de transformação [nacional], perdendo apenas para alimentos e bebidas;
- 4º maior parque produtivo de confecção do mundo;
- 5º maior produtor têxtil do mundo;
- 2º maior produtor e terceiro maior consumidor de denim do mundo.⁹²

Portanto, trata-se de um setor econômico brasileiro de relevância e cujo impacto econômico potencial de políticas públicas – mensurável em emprego, renda, exportação e crescimento na economia – não passa despercebido.

Já os Colegiados Setoriais, segundo o MinC, “[...] são instrumentos de discussão das principais pautas dos segmentos técnico-artísticos e de patrimônio cultural do país. A participação dessas instâncias é realizada por meio de formulações, avaliações, subsídios, diretrizes e soluções fornecidas ao Conselho Nacional de Política Cultural.”⁹³

Mais especificamente, sobre o Colegiado Setorial da Moda:

O Colegiado Setorial de Moda é órgão integrante da estrutura do CNPC, nos termos do Decreto nº5.520, de 24 de agosto de 2005. O Colegiado é integrado por um Plenário composto por membros da sociedade civil (15), e do poder público (5), sendo presidido pelo Secretário-Geral do CNPC. Compete ao Plenário do Colegiado de Moda: debater, analisar, acompanhar, solicitar informações e fornecer subsídios ao CNPC para a definição de políticas, diretrizes e estratégias relacionadas ao setor de Moda.⁹⁴

⁸⁹ ibidem. Ver “Dados Setoriais”.

⁹⁰ BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. *Sistema Moda Brasil*. [s. l.], [s. d.]. Ver “Dados Setoriais”.

⁹¹ ibidem. Ver “Objetivo” em “Conheça”.

⁹² ibidem. Ver “Dados Setoriais”.

⁹³ BRASIL. Ministério da Cultura. *Colegiado da Moda no Conselho Nacional de Política Cultural*. [s. l.], [s. d.].

⁹⁴ ibidem. Ver “Composição”.

Assim, de acordo com o planejamento setorial e na impossibilidade de o setor possuir uma secretaria própria no Ministério da Cultura (MinC) – como o setor audiovisual –, a moda terá suas especificidades próprias “[...] observadas e atendidas pelas políticas públicas.”⁹⁵

De 23 de setembro até 12 de novembro de 2014 foi feita pelo MinC a consulta pública sobre o setor da moda. Foram “[...] 88 contribuições em forma de comentários sobre os objetivos, estratégias, metas e ações para o setor.”⁹⁶ que estão disponíveis na plataforma Cultura Digital. Essa consulta, etapa fundamental na constituição de uma proposta de Plano Setorial, esteve estruturada em cinco eixos: Memória; Educação; Produção, promoção e difusão; Fomento; e Institucionalização.

Além do Sistema Moda Brasil e do Conselho Nacional de Políticas Culturais (CNPC), a moda também está presente em políticas públicas através de projetos passíveis de captação de recursos via renúncia fiscal de empresas, a Lei Rouanet:

O Incentivo Fiscal (Renúncia Fiscal) é um dos mecanismos do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), instituído pela Lei Rouanet (Lei 8.313/1991). É uma forma de estimular o apoio da iniciativa privada ao setor cultural. O proponente apresenta uma proposta cultural ao Ministério da Cultura (MinC) e, caso seja aprovada, é autorizado a captar recursos junto às pessoas físicas pagadoras de Imposto de Renda (IR) ou empresas tributadas com base no lucro real para a execução do projeto.⁹⁷

Dentre os possíveis proponentes, seriam candidatas “[...] pessoas físicas com atuação na área cultural (artistas, produtores culturais, técnicos da área cultural etc.); pessoas jurídicas públicas de natureza cultural da administração indireta (autarquias, fundações culturais etc.); e pessoas jurídicas privadas de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos (empresas, cooperativas, fundações, ONG's, organizações culturais etc.).”⁹⁸

A possibilidade do setor de moda se beneficiar, entretanto, gerou debates sobre o tema quando o estilista Pedro Lourenço teve aprovado projeto para captação de recursos. Neste, o estilista buscava “[...] traduzir os valores culturais e estéticos da cantora [Carmen Miranda] numa exposição de artefatos e criações artísticas em duas coleções contemporâneas na capital da França [Semana de Moda de Paris].”⁹⁹

Frente ao debate presente na mídia, houve necessidade de interferência da então ministra da cultura Marta Suplicy, que em artigo publica:

⁹⁵ ibidem. Ver “Planejamentos Setoriais”.

⁹⁶ BRASIL. Ministério da Cultura. Cultura Digital. *Consulta Plano Setorial de Moda*. [s. l.], 2014.

⁹⁷ BRASIL. Ministério da Cultura. *Projetos incentivados*. [s. l.], [s. d].

⁹⁸ idem.

⁹⁹ BRASIL. Ministério da Cultura. *A moda e a Lei Rouanet*. [s. l.], 2013.

No Ministério da Cultura o maior instrumento de fomento é a Lei Rouanet. Mas a moda não conseguia captar. O que faltava? Apresentar projetos de acordo com as previsões da lei. O MinC estabeleceu quatro critérios para aceitar projetos: promover internacionalização (impacto na imagem Brasil), ter simbologia brasileira (mostrar raízes e tradição), formar novos profissionais (estilistas ou na cadeia produtiva), ou ainda preservar acervos.

O primeiro a apresentar projeto com base nesses critérios foi Pedro Lourenço, jovem estilista já com reputação para participar da Semana da Moda em Paris.

Como ministra, chamei para mim a decisão, pela simbologia de quebrar um paradigma na afirmação que moda é cultura; por entender a importância da repercussão de um brasileiro estar nesse desfile (cobertura midiática), abertura e interesse pela nossa indústria da moda e para a construção de uma imagem de um Brasil criativo, moderno e atraente. Queremos um Brasil que transcenda o país do Carnaval, sol e biquíni.¹⁰⁰

Apesar de a Lei Rouanet, enquanto mecanismo de fomento através de renúncia fiscal estar em vigor desde 2003, quando se analisa a presença do segmento moda observa-se que, somente nos últimos anos foi possível registrar alguma presença, vide números totais da Lei Rouanet na tabela 1 e números setoriais da moda na tabela 2.

Tabela 1: Quantidade total de projetos e valores captados Lei Rouanet (2010 a 2015)

Projetos	até 2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
Apresentados	não se aplica	13.572	14.066	10.015	11.555	14.427	2.458
Aprovados	não se aplica	7.874	7.787	6.435	6.463	6.057	1.649
Captados	não se aplica	3.415	3.749	3.576	3.476	3.303	957
Valor Captado	não se aplica	1,45 bi	1,35 bi	1,30 bi	1,33 bi	1,34 bi	200 mi

* até 22/05/2015

Fonte: elaborado pelo autor (2015) a partir de informações disponíveis no Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura – SalicNet

Tabela 2: Quantidade de projetos e valores captados no segmento Moda da Lei Rouanet (2010 a 2015)

Projetos	até 2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
Apresentados	0	0	1	10	6	7	3
Aprovados	0	0	0	9	3	4	1
Captados	0	0	0	1	1	0	0
Valor Captado	0	0	0	168 mil	175 mil	0	0

* até 22/05/2015

¹⁰⁰ BRASIL. Ministério da Cultura. *Moda é cultura*. [s. l.], 2013.

Fonte: elaborado pelo autor (2015) a partir de informações disponíveis no Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura – SalicNet

Os dois projetos que conseguiram captar recursos, dada a dificuldade anteriormente expressada pela ex-ministra Marta Suplicy, mostram tanto diversidade de possibilidades quanto alcance geográfico. O projeto de 2012 trata-se de um desfile seguido de uma palestra no estado do Rio Grande do Sul, com o objetivo de apresentar a moda enquanto expressão cultural no campo da arte. Já o projeto de 2013 viabilizou um evento de seis dias no estado do Ceará. Neste, abordou-se como tema da moda e sua relação com o artesanato regional.

Ao observar o período de 2010 a 2015, nota-se que há um desencontro entre a Lei Rouanet, como mecanismo de políticas públicas efetivas, e as necessidades de incentivo oriundas do setor da moda.

Ademais, colocando-se em perspectiva cronológica, o Colegiado Setorial de Moda surge a partir do Conselho Nacional de Política Cultural em 2005; o Plano Nacional de Cultura estabelece, em 2010, mecanismos de incentivo; mas que somente no final de 2014 foi feita, pelo Ministério da Cultura, a consulta pública sobre o setor da moda; e que o Plano Setorial da Moda em si não possui prazo definido para conclusão.

Em vista disso, pode-se dizer que existe um descompasso nas iniciativas do Ministério da Cultura relativas ao fomento do crescimento e desenvolvimento do setor quando se compara sua formalização, através de normas e leis, com a execução de estratégias que contemplem os objetivos inicialmente propostos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou contextualizar um marco inicial ao estudo da moda como fenômeno econômico e cultural. Entender onde se encontra o ponto de partida e quais elementos estão disponíveis para o economista que se debruçar sobre o assunto, dado resgate do pensamento econômico sobre moda e cultura. Entretanto, este por si só não é suficiente e o entendimento da dinâmica existente entre moda, economia e cultura extrapola as produções intelectuais econômicas e envolve outras ciências humanas, sobretudo de natureza histórica, sociológica e antropológica.

A estruturação de noções sobre cultura para o estudo em Economia da Cultura deve ser ressaltada por seu duplo caráter, uma vez que é porta de entrada ao estudo da moda na esfera econômica e também forma de aproximação da moda à esfera cultural. Esta se dá através de bens culturais e da organização de uma indústria cultural, cujas características econômicas possuem especificidades: valor cultural que extrapola o valor econômico, variável gosto em oposição à visão neoclássica e aumento na demanda decorrente de aumento na oferta cultural.

O pensamento sobre o fenômeno histórico, econômico e cultural que atualmente entende-se como moda empobrece, ou está até comprometido, se sua abordagem optar de forma exclusiva pelo setor econômico ou pelo setor cultural. Por isso, existe uma premente necessidade das obras de Gilles Lipovetsky, Thorstein Veblen e Pierre Bourdieu para a construção de uma teoria econômica sobre a moda que leve em consideração suas diversas abordagens. Consequentemente, na sociedade contemporânea, ainda não é possível falar de uma moda que não seja efêmera, que não implique em um consumo conspícuo e que não se manifeste através de um mecanismo de distinção.

Ao investigar o cenário atual de políticas públicas no setor brasileiro da moda, registra-se a dificuldade presente na construção de uma investigação com maior profundidade, dado o caráter recente dos dados sobre o setor e a indisponibilidade deles de maneira agregada.

Finalmente, a análise indica que a existência destas políticas públicas está mais constituída enquanto lei ou norma. Observa-se que, tão incipiente e rudimentar quanto o questionamento teórico e desenvolvimento do debate intelectual da área – problemas-chave abordados por Lipovetsky (2009) –, está, para a realidade brasileira, o planejamento e execução de políticas públicas efetivas para o setor.

REFERÊNCIAS

BAUMOL, William J. Performing arts: the permanent crisis. **Business Horizons**, [S.l.], v.10, n. 3, p. 47-50, 1967. Disponível em <<http://EconPapers.repec.org/RePEc:eee:bushor:v:10:y:1967:i:3:p:47-50>>. Acesso em: 01 out. 2014.

BAUMOL, William J.; BOWEN, William G. On the performing arts: the anatomy of their economic problems. **The American Economic Review**, [s.l.], v. 55, n. 1, p. 495-502, 1965. Disponível em <<http://pages.stern.nyu.edu/mwg-internal/de5fs23hu73ds/progress?id=8TAtboFzFS>>. Acesso em: 01 out. 2014.

BENHAMOU, Françoise. **A Economia da Cultura**. 1 ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

BOURDIEU, Pierre. O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia. In: BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Porto Alegre: Zouk, 2008, p. 113-190.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2011.

BRANT, Leonardo. Políticas Culturais. In: BRANT, Leonardo. **Mercado Cultural**: panorama crítico e guia prático para gestão e captação de recursos. 4ª. ed. São Paulo: Escrituras Editora: Instituto Pensarte, 2004, p. 57-78.

BRASIL. Ministério da Cultura e Iniciativa Cultural – Instituto das Indústrias Criativas. **Economia e Cultura da Moda no Brasil**. [s.l.], 2012. Disponível em: <<http://www.iniciativacultural.org.br/wp-content/uploads/2011/01/Pesquisa-Economia-e-Cultura-da-Moda-2012.pdf>>. Acesso em: 10 mai. 2015.

_____. Ministério da Cultura. **A moda e a Lei Rouanet**. [s. l.], 2013. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/banner-1/-/asset_publisher/G5fqgiDe7rqz/content/a-moda-e-a-lei-rouanet/10883/>. Acesso em: 23 mai. 2015.

_____. Ministério da Cultura. **Moda é cultura**. [s. l.], 2013. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/artigos/-/asset_publisher/WDHIazzLKg57/content/moda-e-cultura/10883>. Acesso em: 23 mai. 2015.

_____. Ministério da Cultura. Cultura Digital. **Consulta Plano Setorial de Moda**. [s. l.], 2014. Disponível em: <<http://culturadigital.br/moda/>>. Acesso em: 23 mai. 2015.

_____. Ministério da Cultura. **Consulta pública do Plano Setorial de Moda é prorrogada até 12/11**. [s. l.], 2014. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xIR9iTn/content/id/1228311>. Acesso em: 23 mai. 2015.

_____. Ministério da Cultura. **Projetos incentivados**. [s. l.], [s. d.]. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/projetos-incentivados>>. Acesso em: 23 mai. 2015.

_____. Ministério da Cultura. **Colegiado da Moda no Conselho Nacional de Política Cultural**. [s. l.], [s. d.]. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/cnpc/colegiados/moda>>. Acesso em: 23 mai. 2015.

_____. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Sistema Moda Brasil**. [s. l.], [s. d.]. Disponível em: <<http://www.sistemamodabrasil.com.br/>>. Acesso em: 23 mai. 2015.

COELHO, Teixeira. **O que é Indústria Cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1980.

COELHO, Teixeira. **Dicionário Crítico de Política Cultural**. São Paulo: Iluminuras, 2004.

FEIJÓ, Martin C. **O que é política cultural**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.

FLORISSI, Stefano; VALIATI, Leandro. **Economia da Cultura: Bem-estar econômico e evolução cultural**. 1 ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.

FREY, Bruno. **La economía del arte**. Colección Estudios Económicos n.18. Barcelona: La Caixa, 2005.

FREY, Bruno; HUTTER, Michael. On the influence of cultural value on economic value. **Revue d'économie politique**, [s.l.], v. 1, 2010, p. 35-46. Disponível em <<http://www.cairn.info/revue-d-economie-politique-2010-1-page-35.htm>>. Acesso em: 05 out. 2014.

GEETZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. 1. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GONZALEZ, Ana M. Contribuição de Thorstein Veblen para a Teoria da Moda. **IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v.1 n. 1, 2008. Disponível em <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/02_IARA_Veblen_versao-final.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2015.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna: Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. 17 ed. São Paulo: Ed. Loyola, 2008.

HERSCOVICI, Alain. **Economia da cultura e da comunicação**. 1 ed. Vitória: Fundação Ceciliano Abel de Almeida/UFES, 1995.

HUNT, Emery K. Thorstein Veblen. In: HUNT, Howard. **História do Pensamento Econômico: uma perspectiva crítica**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005, p. 302-33.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

PEACOCK, Alan. Performance indicators and cultural policy. **Economia della Cultura**, Bologna, v. 13, 2003. Disponível em <<http://www.economiadellacultura.it/english.html>>. Acesso em: 15 out. 2014.

ROBINSON, Dwight E. The Economics of Fashion Demand. **The Quarterly Journal of Economics**. Oxford, v. 75, n. 3, pp. 376-398, 1961. Disponível em <<http://www.jstor.org/stable/1885130>>. Acesso em: 13 abr. 2015.

SARAIVA, Enrique. Que financiamento para que cultura? O apoio do setor público à atividade cultural. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 33, n. 1, p. 89-119, 1999. Disponível em <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/viewArticle/7670>>. Acesso em: 07 out. 2014.

TOLILA, Paul. Cultura e desenvolvimento: como a cultura contribui para a economia. In: TOLILA, Paul. **Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas**. São Paulo: Iluminuras, 2007, p. 69-102.

THROSBY, David. The production and consumption of the arts: a view of cultural economics. **Journal of Economic Literature**, [s.l.], v. 32, n. 1, p.1-29, 1994. Disponível em <<http://www.jstor.org/stable/2728421>>. Acesso em: 14 out. 2014.

THROSBY, David. Economic circumstances of the performing artist: Baumol and Bowen thirty years on. **Journal of Cultural Economics**, [s.l.], v. 20, n. 3, p.225-240, 1996. Disponível em <http://link.springer.com/article/10.1007%2F978-1-4020-1538-4_1>. Acesso em: 14 out. 2014.

THROSBY, David. Why should economists be interested in cultural policy? **Economic Record**, [S.l.], v. 88, p.106-109, 2012. Disponível em <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1475-4932.2012.00808.x/abstract>>. Acesso em: 16 out. 2014.

THROSBY, David. Introduction. In: THROSBY, David. **Economics and Culture**. Cambridge: Cambridge University Press, 2014, p. 01-17.

TRIGG, Andrew. Veblen, Bourdieu, and Conspicuous Consumption. **Journal of Economic Issues**, [s.l.], v. 35(1), p.99-115, 2001. Disponível em <<http://mx.nthu.edu.tw/~cshwang/teaching-economics/econ5005/Papers/Trigg=Veblen%20and%20Bourdieu%20on%20Conspicuous%20Consumption.pdf>>. Acesso em 05 mai. 2015.

UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development. **The Creative Economy Report 2010: Creative economy – a feasible development option.** Geneva: United Nations, 2010. Disponível em: <http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf> . Acesso em 20 fev. 2015.

UNESCO - United Nations Organization for Education, Science and Culture. **Cultural policy: a preliminary study.** Paris: UNESCO, 1969. Disponível em <<http://unesdoc.unesco.org/images/0000/000011/001173eo.pdf>>. Acesso em: 06 abr. 2015.

VEBLEN, Thorstein. Dress as an Expression of the Pecuniary Culture. In: VEBLEN, Thorstein. **Theory of the Leisure Class.** [s.l.]: Project Gutenberg (public domain), 1997, p. 77-87. Disponível em < <http://www.gutenberg.org/ebooks/833#download>> ou , <<http://moglen.law.columbia.edu/LCS/theoryleisureclass.pdf>>. Acesso em: 12 mai. 2015.